

RAIA DROGASIL S.A.
CNPJ/ME n.º 61.585.865/0001-51
NIRE: 35.300.035.844
Companhia Aberta

COMUNICADO AO MERCADO

Fazemos referência ao Ofício nº 134/2020/CVM/SEP/GEA-2, transcrito abaixo, para esclarecer o que segue:

1. Reportamo-nos à notícia veiculada no jornal Valor Econômico em 18/06/2020, intitulada "Raia Drogasil tem venda abaixo do normal", com o seguinte teor:

Raia Drogasil tem venda abaixo do normal

Farmácia Rede registra "vale de vendas" e prevê margem menor no segundo trimestre; normalidade só no fim do ano

Os aumentos nos preços de medicamentos, adiados por 60 dias em abril por determinação do governo, já chegaram nas lojas, disse ontem a Raia Drogasil. O repasse, com alta média de 4%, terá efeito direto sobre a receita da empresa no segundo trimestre, mas esse fator positivo não deve impedir uma queda de margem no período. A companhia ainda registra hoje vendas abaixo do normal, após forte alta na demanda em março.

"Tivemos um pico de vendas após o isolamento e agora há um 'vale' de vendas [a demanda caiu no setor no segundo trimestre]. Mas vemos isso como algo pontual [...]. Acreditamos que no terceiro trimestre estaremos num quase normal e até o fim do ano a vida volta ao normal", disse ontem Eugênio De Zagottis, diretor de planejamento corporativo e de relações com investidores.

O Valor apurou que tanto a venda em shopping centers quanto em lojas de rua estão com desempenho abaixo no normal para o período — reflexo de um cenário de queda em renda e aumento do desemprego que impacta o consumo em geral. No fim de abril, quando divulgou números do primeiro trimestre, a empresa mencionou que ainda havia dúvidas na época como a demanda se comportaria em maio e junho.

Dados publicados pelo IBGE na segunda-feira mostram que o setor de farmácias também sentiu a retração com a pandemia, apesar da forte demanda no início do isolamento. Em abril, houve queda 17% nas vendas no segmento de artigos farmacêutico em relação a março. O comércio como um todo encolheu 16,8%. "A dor no nosso setor é pequena, mas existe. O que teremos é menos 'players' conseguindo abrir mais lojas, com atrasos de projetos", disse.

O executivo ainda afirmou, em “live” da Eleven Financial, que a varejista “vai perder pontos de margem no segundo trimestre”. E sobre o terceiro trimestre, “ainda não está claro como isso ficará, mas a empresa ainda pode ter alguns ‘penalties’” no período.

Maior rede de farmácias do país, o grupo RD apurou alta de 16,5% no lucro líquido de janeiro a março deste ano, para R\$ 121,2 milhões. A receita líquida avançou 12,3% no intervalo, para R\$ 3,43 bilhões. A margem bruta ficou em 28,5%, retração de 0,2 ponto sobre ano anterior. A margem de lucro antes de juros, impostos, amortização e depreciação foi de 7,1%, versus 6,5%.

Sobre reajustes de preços, a empresa disse que os aumentos de medicamentos normalmente ocorrem na tabela de abril, como definido pela Anvisa. Neste ano, o governo decidiu adiar o aumento por 60 dias, para dar algum alívio ao consumidor. “Foi uma briga desgraçada para segurar por dois meses. Isso foi feito e nós defendíamos isso, mas tem uma hora em que não se aguenta mais, com dólar a R\$ 4, R\$ 5, R\$ 6”, afirmou ele.

“A indústria tem uma forte pressão de preços, e congelar parece bom, mas é um perigo porque isso pode levar a falta de produto. A cota de sacrifício [de dois meses sem alta] foi dada. Houve discussão no Congresso para segurar por mais 60 dias, mas isso não deve ocorrer porque não avançou. E já aumentou preço”. Em março, parte dos laboratórios pressionava pelo reajuste imediato. As drogarias defendiam o adiamento.

A companhia ainda disse que trabalha com a possibilidade de oferecer exames sorológicos para detectar anticorpos ao novo coronavírus em 800 unidades da rede — nesta semana, são 130 lojas fazendo os testes. O grupo tem 2,1 mi pontos. A sorologia é o exame capaz de detectar os níveis de anticorpos no sangue.

Em abril, o comando da varejista disse que ainda iria analisar a venda desses exames pela falta de informação sobre esses testes e risco de gerar uma falsa sensação de confiança ao cliente. “Não queremos sair ganhando dinheiro para aproveitar a situação. Nunca pagamos comissão para funcionário porque não somos empurrador de produtos e isso continua”, disse.

Segundo ele, a empresa manterá o ritmo de aberturas de 240 lojas no ano. “A qualquer momento, se você bater uma fotografia nossa, serão 180 a 200 lojas já sendo preparadas para isso, por isso conseguimos manter a roda girando sem problemas”. [grifos nossos]

2. A respeito dos trechos em destaque acima, e considerando as orientações contidas no Ofício-Circular nº 2/2020/CVM/SEP a respeito da divulgação de informações em mídias sociais e especializadas, requeremos a manifestação de V.S^a sobre:

a) a veracidade das informações prestadas na notícia, e, caso afirmativo, solicitamos esclarecimentos adicionais a respeito do assunto, bem como informar os motivos pelos quais entendeu não se tratar o assunto de **Fato Relevante**, nos

termos da Instrução CVM nº 358/02;

- b) a data, horário e plataforma em que a referida live ocorreu;*
- c) todas as informações referentes à Companhia que foram divulgadas em tal live pelo DRI da Companhia ou qualquer outro membro de sua administração;*
- d) os documentos arquivados no Módulo IPE do Sistema Empresas.NET em que constam as informações divulgadas na live.*

A respeito dos questionamentos acima, a Raia Drogasil S.A. esclarece que a observa estritamente as regras relacionadas à veiculação de informações na imprensa e em reuniões de entidades de classe, investidores, analistas ou com público selecionado.

Nesse sentido, confirmamos a veracidade das informações noticiadas e ressaltamos que elas já haviam sido tempestivamente divulgadas pela Companhia ao mercado, quando da publicação dos resultados referentes ao primeiro trimestre de 2020 (1T20), em 28 de abril de 2020, conforme se depreende do trecho citado abaixo:

“As vendas no trimestre foram significativamente acima do normal durante as duas semanas anteriores às restrições. Durante esse pico, a demanda foi concentrada em medicamentos, especialmente itens de OTC, às custas de HPC. Contudo, as vendas começaram a cair a partir do final de março, resultando em um crescimento total consolidado das vendas no período entre 1 e 27 de abril de 2,2% sobre o mesmo período de 2019 (incluindo efeito calendário de -2,8%), em parte devido ao fechamento de aproximadamente 5% das lojas fechadas por causa do COVID-19, todas localizadas em shopping centers.” [1st quarter of 2020 results (1Q20), p. 2]

Thus, it is important to note that the growth of only 2.2% for the period from April 1 to 27, in fact, characterizes a valley in the evolution of the Company's sales compared to its recent performance.

Também no caso das afirmações *“vai perder pontos de margem no segundo trimestre”, “mas vemos isso como algo pontual [...] Acreditamos que no terceiro trimestre estaremos num quase normal e até o fim do ano a vida volta ao normal” e “ainda não está claro como isso ficará, mas a empresa ainda pode ter alguns ‘penalties’*”, que também foram noticiadas a partir da “live” da Eleven Financial, a sua divulgação ao mercado também já havia ocorrido de forma expressa na divulgação de resultados do primeiro trimestre de 2020 da Companhia.

A tal respeito, além da divulgação do crescimento parcial de vendas em abril (até o dia 27) em patamar bastante abaixo do normal, a companhia também teve o cuidado de divulgar de forma expressa a expectativa de queda expressiva de vendas e de resultado para o total do trimestre, bem como a sua expectativa de que a normalização ocorra a partir do terceiro trimestre de 2020, conforme os trechos abaixo que constam no primeiro parágrafo da página 19 da sua Apresentação de Resultados do primeiro trimestre de 2020.

“- Pressão relevante de vendas e de resultados esperada no 2T20” (título do parágrafo)

- Expectativa de normalização a partir do 3T20 com o fim do isolamento social” (terceiro subtópico)

Portanto, fica patente que os trechos sublinhados do Ofício, os quais foram noticiados na imprensa a partir dos comentários do Diretor Vice Presidente de Planejamento e RI da Raia Drogasil proferidos na “live” da *Eleven Financeira*, estão rigorosamente em linha com informações que já haviam sido divulgadas ao mercado de forma ampla, expressa e tempestiva por meio da própria divulgação de resultados da Companhia, como pode ser comprovado por meio dos referidos documentos arquivados no Módulo IPE do Sistema Empresas.NET:

- :
- (i) Fato Relevante, em 3 de outubro de 2019;
 - (ii) o Formulário de Informações Trimestrais – ITR, em 28 de abril de 2020;
 - (iii) as Demonstrações Financeiras em Padrões Internacionais, em 28 de abril de 2020;
 - (iv) a Apresentação de Resultados 1T20, em 29 de abril de 2020; e
 - (v) Comunicado ao Mercado, em 15 de maio de 2020

Portanto, uma vez que todas as informações noticiadas já eram de pleno conhecimento do mercado, não cabe a interpretação de que constituam Fato Relevante nos termos da Instrução CVM nº 358, ou de que a Companhia tenha se absterido de observar qualquer requisito legal.

Adicionalmente, as informações apresentadas pelo Diretor Vice-Presidente de Relações com Investidores da Companhia não alteram as projeções divulgadas em Fato Relevante de 3 de outubro de 2019.

A título de informação, esclarecemos também que *live* noticiada foi transmitida pelo canal YouTube da Eleven Financial, em 17 de junho de 2020, às 11h, tendo sido abordados os seguintes tópicos:

- (i) situação financeira da Companhia no primeiro trimestre de 2020, enquanto grupo do setor farmacêutico, diante dos impactos adversos provocados pela pandemia de COVID-19;
- (ii) incertezas do mercado para o segundo e o terceiro trimestres de 2020, em função da pandemia e as expectativas da situação financeira da Companhia para os próximos meses de 2020;
- (iii) história da Companhia no mercado farmacêutico e como se tornou a maior rede de farmácias do Brasil;
- (iv) plano de abertura de lojas e informações sobre a diversificação geográfica e por perfil de consumidor da rede de lojas da Companhia em diferentes Estados do Brasil, como São Paulo, Rio Grande do Sul, Bahia e Paraná;
- (v) principais aspectos considerados pela Companhia para a abertura de novas lojas e os problemas comumente enfrentados nos primeiros anos de funcionamento de uma loja;
- (vi) funcionamento do mercado farmacêutico no Brasil e o que a Companhia tem feito para se destacar em meio à pandemia, como, por exemplo, a atuação no *e-commerce*; e
- (vii) papel que a Companhia entende possuir em meio à pandemia, se as lojas comercializarão testes rápidos para COVID-19 e os motivos que levaram à elevação dos preços de alguns medicamentos durante a crise sanitária do Brasil deste ano.

Sendo o que lhe cumpria informar no momento, a Companhia permanece à disposição da CVM para quaisquer esclarecimentos adicionais que se façam necessários.

Eugênio De Zagottis
Diretor Vice-Presidente de Relações com Investidores